

Research Paper

Designing a model to explain factors affecting ethnocentrism directed at social media in Iran with a Meta-synthesis approach¹

Ali Mohammadpanah², Ali Moradi³, Shahram Fathi⁴

Received : Aug. 16, 2024 , Accepted: Feb. 19, 2025

Abstract

In recent years, despite the predictions of many theorists of sociology and political science, including theorists in the field of modernization, ethnicity and nationalism have gained more intensity and new life. The current research was conducted with the purpose of designing a model for explaining the factors affecting ethnocentrism directed at social media in Iran with a meta-composite approach. For this purpose, a meta-composite approach were used. The studied documents were collected by searching the keywords related to ethnocentrism and social media in the period between 1392 and 1402 in Civilica, SID, and Magiran databases. The results showed that by examining 40 articles out of 1029 initial articles, various dimensions and components were identified as effective factors of ethnocentrism in various domestic researches. The results showed that the factors affecting ethnocentrism include individual, media, social factors, lifestyle, culture, spiritual-belief, emotional, situational factors, knowledge/informational factors, strategic factors. It is concluded that based on various researches, there are many different factors that play a role in ethnocentrism, and by identifying these factors, it is possible to identify and inform about the factors of ethnocentrism and to provide some kind of security.

Keywords: Ethnocentrism: Social Media: Social Networks: Ethnicity: Security Implications

¹ This article is derived from the doctoral dissertation of Mr. Ali Mohammadpanah.

² PhD student in Political Science, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran. khaledian12@gmail.com

³ Associate Professor, Department of Sociology, Department of Sociology, Eslamabad-e Gharb Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran.

Corresponding author: moradi.pop@gmail.com

⁴ Associate Professor, Department of Political Science, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran. fattahi1352@gmail.com

Introduction

Ethnic identity or, in other words, ethnocentrism in the contemporary world and affected by the processes of globalization and universal communication, including the prominence of social networks, has found different forms and types with different intensities" (Giddens, 2018: 998). In fact, globalization is one of the important phenomena of the contemporary world, which is associated with definitions such as compression, integration and homogenization of the world. In the process of globalization, many components of life have faced a profound transformation. Some of these changes have appeared in the political and economic fields, and some others have happened in the cultural and social fields. The rapid development of information and communication technologies has created new conditions in the world, based on which the degree of control and guidance of various political currents has changed along with interactive and international relations between countries. "With the realization of globalization, national borders disappear or fade; Countries lose their past role and instead of domestic laws, international laws rule over countries (Farhadi mahali, 2013: 64).

If we consider culture as the set of values and norms of a certain group and identity as the factor of differentiation and border of one group or nation with another group and nation, then cultural identity means the connection and integration of the spiritual fabric of the society through which the people of one area, they consider themselves as belonging to each other and are different from others. In other words, the culture of every society has two material and spiritual dimensions; The immaterial dimension, which includes customs, beliefs, sciences and arts, forms the cultural identity of that society, and considering that cultural identity is over all identities, it appears directly or indirectly in all areas of human life. Cultural identity is the basis of the individual and social personality of a society and provides the ability and vitality of a people. The combination and convergence of information and communication technologies and the restructuring of the capitalist system in recent decades have brought us into a new era and society, which Daniel Bell called a post-industrial society, Castells called it a network society, and Tadao Ume Sao called it an information society (Qassemi, 2015: 10).

Meta-composite studies, which means the combination of the findings of multiple qualitative studies, in order to create a new and coherent interpretation of the findings, can lead to the development of intermediate theories (Namati sogli tepe, Salehi, Rahimi, and Khaledian, 2019: 53). In general, based on what was stated earlier,

the necessity of a comprehensive and systematic approach to the issue of identifying and classifying factors affecting ethnocentrism is very important. As a result of the findings of the present study, understanding the concept, dimensions and factors It makes ethnocentrism clearer. This research, in addition to introducing the ultra-composite qualitative method, which is a new and systematic method for identifying and classifying factors, and can provide a basis for national managers and officials in line with strategic decision-making for ethnocentrism and creating security and consequences. It provided security and even the influence of the media on ethnocentrism. Therefore, the purpose of this study is to design a model for explaining the factors affecting ethnocentrism in social media in Iran with a meta-composite approach and it can lead to a deep understanding of the concept of ethnocentrism or the existing theories in this complete the field.

Methodology

The current research was conducted with a qualitative approach and document analysis method, using the meta-composite method. By providing a systematic approach for researchers through the combination of different qualitative researches, metaphysics explores new and fundamental topics and metaphors, improves the current knowledge and provides a comprehensive and broad view of the issues. It exists. The intended sample for meta-synthesis consists of selected qualitative studies based on their relationship with the research question. In this study, in order to integrate the components of ethnocentrism and create comprehensive and interpretive findings, Metasynthesis was used. Metasynthesis is the integration of interpretation of the main findings of selected studies in order to create comprehensive and interpretive findings (Zimmer, 2006: 314).

Findings

Effective factors in ethnocentrism include individual, media, social factors, lifestyle, culture, spiritual-belief, emotional, situational factors, knowledge/informational factors, strategic factors.

Discussion

In the past years, along with the structural and technical transformations and extensive connection with the international community, as well as familiarity with the new value system on a global scale, the Iranian society has faced important transformations, which is the effect of various factors on ethnocentrism among these

transformations. There are many factors influencing the trend towards ethnocentrism in Iran and some regions. As a result, the current research, entitled *Designing a Model for Explaining Factors Affecting Ethnography*, was carried out with a meta-composite approach towards social media in Iran. The issue of ethnocentrism is not a new issue, but due to its increasing importance in the process of nation building and strengthening of identity and general social solidarity in every society, it has become very important. In addition, the increasing development of information and communication technologies in recent years has affected human life in various dimensions. One of the important fields is the cultural field and the discussion of national and ethnic identity.

In another explanation of these findings, it can be stated that in today's society, new communication technology changes not only the material and economic life of people, but also their symbolic frameworks. In this era, the communication revolution has had tremendous effects on various aspects of human life, the most important of which are the effects of new communication and information technologies on the lifestyle, beliefs and values of people.

Bibliography

- Abbaszadeh Marzbali, M. (2021). Historical coexistence of national identity and ethnic identities in Iran and the necessity of adopting a policy of unity in plurality in the present era. *Political and International Research*, 12(46): 249-271. (In persian)
- Abedizadeh, A., Mousavi, S. Y., Mohaddesi Gilvaei, H., & Kafashi, M. (2021). Sociological explanation of the effect of the three components of ethnic preference, ethnic orientation and ethnocentrism on citizens' political participation (case study: sample population of Bushehr province). *Quarterly Journal of Society, Culture and Media*. 10(41): 199-225. (In persian)
- Ahmadi, M., and Zouafari, M. (2021). Identifying the roles of media in sports development with a meta-synthesis approach. *Sports Management*. 3(14): 229-249. (In persian)
- Arab, S. M., Ebrahimzadeh Pezkeshi, R., & Marvati-Sharif-Abadi, A. (2014). Designing a meta-composition model of factors affecting divorce with a systematic review of previous studies. *Iranian Journal of Epidemiology*. 10(4):10-22. (In persian)
- Asgharzadeh, A., Niazi, M., & Farhadian, A. (2022). Designing a model to explain the factors affecting fashionism in Iran using a meta-synthesis approach. *Sociological Studies*. 14(55): 71-89. (In persian)
- Bagheri Dolatabadi, A., & Zareian-Jahrami, F. (2013). The impact of cyberspace on national identity and solidarity. *Basij Strategic Studies*. 16(60): 149-182. (In persian)

- Bagheri, M., Navah, A., & Shojaei-Borjoui, H. (2022). Structural modeling of cultural, social and political factors affecting interethnic convergence in the city of Ahvaz. *Strategic Research on Iranian Social Issues*. 11(3): 39-66. (In persian)
- Beck, J. (2002). Mthering multiples: A meta-synthesis of the qualitativereserch.MCN. *Teh American Juornal of Maternal/child Nursing*, 27(4), 214-221. [Link]. (In persian)
- Boroujerdi Alavi, M., & Sedigh Yazdchi, A. S. (2017). The Impact of Virtual Space on National and Ethnic Identity in Iran. *New Media Studies*. 3(12): 87-110. (In persian)
- Dehghanpour, H., & Jafari, A. (2023). The relationship between the use of social networks and the identity dimensions of citizens of Ardabil city. *Cultural and Communication Studies*. Online. (In persian)
- Ebrahimi, Z., Hejazi, S. N., & Chitsaz, M. A. (2022). Investigating the role of cyberspace in the formation of a new communication culture and social identity *Shushtar Social Sciences*. 16(4): 23-38. (In persian)
- Farhadi-Mohali, A. (2011). Analytical study of the phenomenon of globalization with a focus on the field of culture. *Strategic Studies of Public Policy*. 2(5): 63-96. (In persian)
- Fingfeld D. L. (2003). Meta synthesis: The state of the art—so far. *Qualitative Health Research*, 13, 893-904. [Link].
- Ghasemi, V. (2014). The Impact of Facebook Social Network on the Cultural Identity of Youth in Isfahan, *Iranian Cultural Research Quarterly*, 7(1): 1-28. (In persian)
- Giddens, A. (2019). *Sociology*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Nei Publishing. (In persian)
- Hezarjaribi, J., & Marvati, N. (2010). The impact of ethnic inequality on national security. *Quarterly Journal of Political and International Research*. 4(3): 91-117. (In persian)
- Jahani, D., Ezzati, A., & Nami, M. (2017). The extent of the impact of cultural, social and economic components on the convergence of the people of the Kurdish provinces of Iran. *National Studies*. 18(1): 53-67. (In persian)
- Kabiri, A., Saadati, M., & Ghasemi, E. (2019). Investigating the Role of Virtual Social Networks in Explaining Students' Political Awareness. *New Media Studies*. 5(19): 231-260. (In persian)
- Kamali, Y. (2017). Metasynthesis Methodology and Its Application in Public Policy-Making. *Politics*. 47(3): 721-736. (In persian)
- Kayhan, A., Forghani, M. M., & Mozaffari, A. (2019). The role of mobile social networks in the reproduction of ethnic identity of Kurdish students at Tehran universities, *Quarterly Journal of New Media Studies*. 4(18): 97-127. (In persian)
- Kayhan, M., Malekian, N., & Mirzakhania, A. (2020). The impact of social media on the ethnic identity of Turkish and Kurdish students at Qom Seminary. *Cultural and Social Knowledge*. 12(1): 101-124. (In persian)
- Kiani, M., & Najafi, S. (2018). Social Trust and Social Identity; Rethinking the Social Identity of Educated Women Studied at Tabriz University. *Women and Society*. 9(2): 275-294. (In persian)

- Mehdizadeh, S., & Khayla, Z. (2013). Mobile phones and social relations. *Quarterly Journal of Cultural and Communication Studies*. 9(32): 99-117. (In persian)
- Mirzaei, S. A., & Eidi, M. (2020). Nationalism, ethnicity and ethnocentrism, a case study of Bojnourd city. *Cultural Society Studies*. 11(1): 125-159.
- Mohammadpour, A., Naqdi, A., & Nadernejad, B. (2010). The impact of satellite on cultural identity in Iranian Kurdistan; A case study of Kurdish students at Sanandaj universities. *Journal of Kerman University of Medical Sciences*, (4), 131-156. (In persian)
- Mohammadzadeh, H., Shadro, M., & Rafifar, J. (2012). Social factors related to cultural ethnocentrism among Iranian Kurds. *Social and Cultural Strategy* 1(3): 75-96. (In persian)
- Naderi, A., & Rustakhiz, B. (2017). Cyberspace and Ethnic Identity Dynamics (Case Study: Baloch Intellectuals and Civil Activists). *International Journal of Media*. 12(2): 130-152. (In persian)
- Nemati Sogoli-Tepeh, F., Salehi, K., Rahimi, F., & Khaledian, M. (2020). Components of Marital Quality of Life: A Meta-Synthesis Study. *Family Counseling and Psychotherapy*. 10(29): 45-68. (In persian)
- Nikbakhsh, B. (2023). The negative effects of social media on adolescents' social identity from a social worker's perspective. *Cultural and Communication Studies*. Online. (In persian)
- Nouri, S., Hallajzadeh, H., & Shenva, M. (2018). Investigating the Relationship between the Use of Social Networks and Students' National Identity (Case Study: Payam Noor University of Rasht). *Hormozgan Cultural Research Journal*. 10(15): 8-31. (In persian)
- Rahbar Qazi, M., Hatami, A., & Abbasi, A. (2018). The relationship between virtual social networks and the transformation of collective identities (with emphasis on religious, national and modern identity). *Majles and Strategy*. 25(95): 33-58. (In persian)
- Sandelowski, M., & Barros, J. 2007. *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer publishing company Inc. [Link].
- Sarkhil, B. (2019). Media and Discursive Power with Emphasis on the Islamic Revolution. *Political Research of the Islamic World*. 9(3): 177-205. (In persian)
- Shafieinia, A. (2015). Consequences of virtual social networks (case study of national identity and ethnic identity of Kurds). *Political Research*. 5(13): 63-86. (In persian)
- Shayesteh, L., Esmaili, R., & Mohammadi, A. (2020). Investigating the effect of ethnic identity and cultural intelligence on the national identity style of youth. *Health-centered lifestyle*, 4(4): 216-233. (In persian)
- Vatani, S., & Saei, M. (2014). Investigating the relationship between the level of use of new media (Internet) and the level of adherence of the young generation to social values (with emphasis on the study of students of Islamic Azad University, Tabriz and East Azerbaijan Science and Research Branches). *Sociological Studies*. 5(18): 27-46. (In persian)
- Yazdkhasti, B., Adlypour, S., & Keikhai, E. (2013). The public sphere and dialogue in the virtual space of social networks (Investigating the impact of virtual social networks on dialogue

between cultures), Journal of Culture and Communication Studies. 14(21): 80-98. (In persian)

Zandiyeh, Z., & Khaniki, H. (2019). Designing a model of the diverse functions of virtual social networks in intercultural ethnic communication. Communication Research (Research and Evaluation). 26(1): 9-40. (In persian)

Zimmer L. 2006. Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. Journal of Clinical Nursing. Vol 53, No 3, pp: 311-318. [Link]. [persian].



مقاله پژوهشی

طراحی الگوی تبیین عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی معطوف به

رسانه‌های اجتماعی در ایران با رویکرد فراترکیب^۱

علی محمد پناه^۲، علی مرادی^۳، شهرام فتاحی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۵/۲۶، تاریخ تایید: ۱۴۰۳/۱۱/۰۳

چکیده

در سال‌های اخیر و علیرغم پیش‌بینی بسیاری از نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی و علوم سیاسی و از جمله نظریه‌پردازان حوزه نوسازی، قومیت و قوم‌گرایی شدت بیشتر و جان تازه‌ای یافته است. پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی تبیین عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی معطوف به رسانه‌های اجتماعی در ایران با رویکرد فراترکیب انجام شد، بدین منظور از رویکرد فراترکیب استفاده شد. اسناد مورد مطالعه با استفاده از جستجوی کلیدواژه‌های مرتبط قوم‌گرایی و رسانه‌های اجتماعی در بازه زمانی بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ در پایگاه‌های داده SID، magiran، Civilica گردآوری شد. نتایج نشان داد که با بررسی ۴۰ مقاله از ۱۰۲۹ مقاله اولیه ابعاد و مؤلفه‌های مختلف به‌عنوان عوامل مؤثر قوم‌گرایی که در پژوهش‌های مختلف داخلی شناسایی کرده‌اند. نتایج نشان داد که عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی شامل فردی، رسانه، عوامل اجتماعی، سبک‌زندگی، فرهنگ، معنوی- اعتقادی، عاطفی، عوامل موقعیتی، عوامل دانشی/ اطلاعاتی، عوامل استراتژیک است. نتیجه‌گیری می‌شود که بر اساس پژوهش‌های مختلف عوامل مختلف و متعددی در قوم‌گرایی نقش دارد که با شناسایی این عوامل می‌توان زمینه شناسایی و آگاهی و اطلاع از عوامل قوم‌گرایی و به‌نوعی امنیت را فراهم کرد.

کلیدواژه‌ها: قوم‌گرایی، رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، قومیت، پیامدهای امنیتی.

^۱ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری آقای علی محمد پناه است.

^۲ دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران
ali.mhmdpnah@gmail.com

^۳ دانشیار گروه جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، واحد اسلام آبادغرب، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران
moradi.pop@gmail.com نویسنده مسئول

^۴ دانشیار گروه علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران
fattahi1352@gmail.com

هویت قومی یا به عبارتی قوم‌گرایی در جهان معاصر و متأثر از فرایندهای جهانی‌شدن و ارتباطات جهانشمول ازجمله برجستگی شبکه‌های اجتماعی، اشکال و انواع مختلفی با شدت‌های متفاوتی یافته است» (گیدنز^۱، ۱۳۹۸: ۹۹۸). در واقع، جهانی‌شدن یکی از پدیده‌های مهم دنیای معاصر است که با تعبیری چون فشردگی، یکپارچگی و همگون‌سازی جهان همراه است. در فرآیند جهانی‌شدن بسیاری از مؤلفه‌های زندگی با تحولی عمیق روبه‌رو شده است. برخی از این دگرگونی‌ها در عرصه سیاسی و اقتصادی ظاهر شده و برخی دیگر در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی اتفاق افتاده است. توسعه سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، شرایط نوینی در جهان ایجاد کرده که با تکیه بر آن میزان کنترل و هدایت جریان‌های مختلف سیاسی در کنار روابط تعاملی و بین‌المللی میان کشورها دستخوش تغییر واقع شده است. «با تحقق جهانی‌شدن مرزهای ملی از بین رفته و یا کمرنگ می‌شوند؛ کشورها نقش گذشته خود را از دست می‌دهند و به‌جای قوانین داخلی، قوانین بین‌المللی بر کشورها حاکم می‌شوند (فرهادی‌محلّی، ۱۳۹۰: ۶۴).

هویت قومی^۲ را می‌توان به معنای اطلاع و آگاهی و احساس تعلق اعضای یک گروه قومی نسبت به نمادها، ارزش‌ها و ویژگی‌های قومی خاص و حتی خرده‌فرهنگ‌ها در نظر گرفت. این هویت، هویتی خالص یا ایستا نبوده و تحت شرایط جدید و تغییر شرایط و یا به‌واسطه شرکت در عرصه اجتماعی با دیگر فرهنگ‌ها، از آن‌ها تأثیر پذیرفته و متقابل بر آن‌ها اثربخش خواهد بود (عباس‌زاده‌مرزبالی، ۱۴۰۰: ۲۷۵). قوم‌گرایی را می‌توان بر اساس نوع خواست‌های قومی، مطالعات نظری و تجربی به؛ قوم‌گرایی سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی تفکیک و تقسیم‌بندی کرد، در قوم‌گرایی فرهنگی، افراد یک قوم ضمن تلاش برای حفظ تمایز فرهنگ‌قومی، به دنبال رسمیت بخشیدن به زبان، خط، لباس و آداب‌ورسوم خود هستند و در تلاش برای حفظ آن‌ها هستند (محمدزاده، شادرو و رفیع‌فر، ۱۳۹۱: ۸۰). تنوعات فرهنگی و قومی در اغلب کشورهای دنیا سابقه‌ای کم‌وبیش طولانی دارد و در برهه‌هایی از تاریخ نیز جوامع را با مشکلاتی مانند تضعیف همبستگی ملی مواجه کرده است. منظور از قوم‌گرایی، احساس هویت قومی و تلاش برای حفظ فرهنگ و میراث قومی است. قوم‌گرایی دیدگاهی درباره‌ی مسائلی است که بر اساس آن اجتماع و گروه قومی متعلق به یک فرد مرکز همه‌چیزها در نظر گرفته می‌شود و تمام گروه-

^۱ Giddens

^۲. Ethnic Identity

های دیگر نسبت به آن موردسنجش قرار می‌گیرند، پس شخص، خود را نمونه مجسمی از فرهنگ خود می‌داند و فرض او این است که الگوها و شیوه‌های فرهنگی گروه او از همه گروه‌ها و قوم‌ها بهتر است و آنچه را که بر اساس آن انجام می‌دهد بر حق است. قوم‌گرایی، بر آگاهی از تفاوت، برجستگی‌ذهنی آن تفاوت و بسیج‌شدن بر پایه تفاوت دلالت دارد (شایسته، اسماعیلی و محمدی، ۱۳۹۹: ۲۲۰).

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

جوامع آسیایی خاورمیانه همواره از کانون‌های اصلی بحران‌های فرهنگی قومی به حساب می‌آید؛ جوامع مذکور در یک سده‌ی اخیر و در حال حاضر در جهت ملت‌سازی و تکوین و بسط هویت ملی (به‌مثابه بالاترین سطح هویتی در جامعه) هزینه‌های زیادی را متحمل شده‌اند؛ چنین شرایطی موجب شده است تا در نزد برخی از گروه‌ها و اجتماعات قومی (نظیر کردها)، تفاوت‌ها و نشانگرهای فرهنگی صبغه‌ای سیاسی به خود بگیرد و بحران‌ها و مسائل قومی به صفت پایدار این جوامع مبدل شود. از این‌رو، سیاسی‌شدن نشانگرهای فرهنگی و هویتی کردها، پدیده‌ای جدید و از پیامدهای استقرار دولت‌های ملی در این جوامع به شمار می‌رود. حضور فرهنگی اقوام همواره در طول تاریخ منجر به تحرک و زایش و پویایی فرهنگی کشور شده است؛ اما درعین‌حال، به دلیل برخی متغیرهای مهم و تأثیرگذار سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در عرصه‌های داخلی و خارجی، شرایط و سترهای بروز مشکلات و آسیب، در حوزه‌های قومی مهیا و نمودار شده است. یکی از متغیرهای مهم و تأثیرگذار بر اجتماعات قومی هر کشور، رویکردها، شیوه‌ها و روش‌های دولت‌ها و حکومت‌ها در تنظیم تعاملات و مناسبات خود (از ابعاد مختلف) با وام و مدیریت سیاست‌ها و رویه‌هایی است که بر این تعاملات حاکم بوده است همیت و جایگاه این متغیر در تبیین و تحلیل مسائل قومی در ایران به حدی است که بسیاری از صاحب‌نظران و پژوهشگران، روابط و مناسبات میان دولت اقوام و نوع و چگونگی این رابطه را عامل اصلی تقویت و انسجام هویت و همبستگی ملی و یا بالعکس تضعیف آن می‌دانند (هزارجریبی و مروتی، ۱۳۸۹: ۱۰۰).

در نتیجه لازمه زیست مسالمت‌آمیز جوامع قومی سهیم‌کردن و مشارکت تمام قوم‌ها در مقوله شهروندی و نظام اجتماعی است. این امر نیازمند آموزش و تربیتی است تا سهولت زندگی اقوام به شیوه شهروندی فراهم شود. مطالبات شهروندی و ایجاد زمینه مناسب برای بهبود شرایط اجتماعی سیاسی آن‌ها همواره باید از سوی نظام اجتماعی سیاسی موردعناایت قرار گیرد. از

مباحث مهم در حوزه جامعه‌شناسی سیاسی، بررسی تأثیر گروه‌های اجتماعی به‌ویژه گروه‌های قومی بر مشارکت سیاسی جوامع است. از سوی دیگر، تعلق هویتی به قومیت در صورت عدم ساماندهی می‌تواند به تعارض و گسستگی مشارکت سیاسی اجتماعی منجر شود (عابدی‌زاده، موسوی، محدثی گیلوایی و کفاشی، ۱۴۰۰: ۲۰۱).

اگر فرهنگ را مجموعه ارزش‌ها و هنجارهای یک گروه معین در نظر بگیریم و هویت را عامل تمایز و مرز یک گروه یا قوم با گروه و قوم دیگر در نظر گرفت هویت فرهنگی، عبارت از همبستگی و یکپارچگی بافت معنوی جامعه که به واسطه آن، افراد یک حوزه، خود را متعلق به هم می‌دانند و از سایرین متمایز می‌شمارند. به عبارت دیگر، فرهنگ هر جامعه‌ای دارای دو بُعد مادی و معنوی است؛ بعد غیرمادی که شامل آداب و رسوم، معتقدات و علوم و هنرها است هویت فرهنگی آن جامعه را شکل می‌دهد و با توجه به اینکه هویت فرهنگی مشرف بر تمام هویت‌ها است در تمام ساحت‌های زندگی انسان به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم ظهور و بروز پیدا می‌کند این هویت فرهنگی مبنای شخصیت فردی و اجتماعی یک جامعه است و موجبات توانایی و زنده‌بودن یک قوم را فراهم می‌کند. ترکیب و همگرایی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده است که دانیل بل^۱ آن را جامعه فراصنعتی^۲، کاستلز جامعه شبکه‌ای^۳ و تادائو اومه‌سائو^۴ آن را جامعه اطلاعاتی^۵ نامیده است (قاسمی، ۱۳۹۳: ۱۰).

همچنین در بعدی دیگر عصری که در آن قرار داریم، در مواجهه با انقلاب بزرگی است که حیات انسان تاکنون به خود دیده است، عصر ارتباطات و عصر سلطه پدیده رسانه‌ها بر زندگی انسان‌هاست. رسانه‌ها، به عنوان مجموعه‌ای از ساختارها، متون و شیوه‌ها از نظر دامنه و اهمیت در ارائه جهان به موضوعات انسانی در مناطق مختلف فراتر از تجربه جسمی و حسی، رشد کرده‌اند همچنین به دلیل فراگیر بودن، برابری، تعامل و قابلیت انعطاف‌پذیری بسیار مشهورند (احمدی و ذوالفقاری، ۱۴۰۱: ۲۳۵). به اعتقاد هچتر^۶ سه عامل و گزاره در تقویت همبستگی قومی و هویت‌های قومی تأثیرگذار است: اول، هر چه ارتباط بین اجتماعات کم برخوردار بیشتر خواهد

¹ danilel

²-Post-industrial society

³-Network Community

⁴ Tadao Ume Sao A

⁵-Information Society

⁶ Hetcher

بود و به تبع آن میزان مقاومت در برابر جذب و ادغام سیاسی بیش تر خواهد شد. دوم هرچه میزان ارتباطات درون گروهی بیش تر باشد همبستگی درون گروهی در داخل اجتماعات حاشیه-ای تقویت خواهد شد. سوم، هر چه تفاوت‌ها و تمایزهای فرهنگی به‌ویژه تا آنجا که به تعیین هویت مربوط می‌شود بیشتر باشد احتمال اینکه اجتماعات حاشیه‌ای متمایز به لحاظ فرهنگی، همبستگی بیشتری با هم داشته باشند افزایش خواهد یافت (میرزایی و عیدی، ۱۳۹۹: ۱۳۰).

گفتمان انقلاب اسلامی که با هدف ایجاد نظام برخاسته از اصول اسلامی و نفی ساختار و اصول حاکم بر نظام‌های غربی استوار شده و توجه به ملی‌گرایی و قوم‌گرایی و حفظ هویت‌های قومی و مذهبی از اهمیت بالایی برخوردار است. در همین راستا رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای جدید ارتباطی نقش مهمی در تعریف و شناسایی عناصر، مبانی، برنامه‌ها و اهداف انقلاب اسلامی ایفاء کرده و هم می‌توانند به شیوه‌های مختلف مانع قدرت‌یابی و بسط و توسعه گفتمان انقلاب اسلامی شوند و یا زمینه‌های نفوذ و قدرت آن را فراهم نمایند (سرخیل، ۱۳۹۸: ۱۸۵). ایران کشوری چندقومیتی است که اقوام متعدد با فرهنگ‌ها و مذاهب و زبان‌های مختلف را در خود جای داده است. همین تنوع می‌تواند بر گرایش‌های ناسیونالیستی تأثیر گذارد و روند ملت‌سازی را در ایران با بحران‌هایی مواجه کند. یکی از این بحران‌ها و شکاف‌ها گرایش‌های قوم‌گرایانه است، چراکه دولت‌ها برای این که بتوانند انسجام و یکپارچگی ایجاد کنند، اعتقاد به ملت واحد و گرایش به ناسیونالیسم ملی را تبلیغ و بر آن تأکید می‌کنند، اما این ادغام قومیت‌ها و اقلیت‌ها در یک ملت واحد می‌تواند پیامدهایی ازجمله تنش‌های قومی، تعارضات داخلی، تضعیف هم‌گرایی ملی و آسیب‌پذیری امنیت ملی را به دنبال داشته باشد نه وحدت و استقلال؛ زیرا ممکن است اقوامی که احساس نزدیکی با ناسیونالیسم ملی رسمی ندارند بر ناسیونالیسم قومی اصرار ورزند و دست به مقاومت زنند و اگر موقعیت برای آن‌ها فراهم شود، حتی ممکن است در مقابل دولت ملی و ناسیونالیسم ملی صف‌آرایی کنند (میرزایی و عیدی، ۱۳۹۹: ۱۳۳).

از طرفی دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی در تمام جوامع سرعت روبه رشدی داشته‌اند و جامعه ما ایران نیز از این رشد عقب نمانده است. تحولات جدید که بسیاری آن را تحول انقلابی در عرصه ارتباطات و شروع پارادایمی جدید در زندگی جوامع امروزی می‌خوانند، ظهور و توسعه شگفت‌انگیز رسانه‌های نوین در جهان امروز است که در طول زمانی کوتاه در سراسر جهان گسترش یافته و مهم‌ترین شکل و آشکارترین محصول آن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است (یزدخواستی، عدلی پور و کیخائی، ۱۳۹۲: ۸۲). عصری که در آن قرار داریم، عصر ارتباطات

و عصر سلطه پدیده رسانه‌ها بر زندگی انسان‌هاست. رسانه‌ها، به‌عنوان مجموعه‌ای از ساختارها، متون و شیوه‌ها از نظر دامنه و اهمیت در ارائه جهان به موضوعات انسانی در مناطق مختلف فراتر از تجربه جسمی و حسی، رشد کرده‌اند همچنین به دلیل فراگیر بودن، برابری، تعامل و قابلیت انعطاف‌پذیری بسیار مشهورند (احمدی و ذوالفقاری، ۱۴۰۱: ۲۳۳). امروزه رسانه‌ها بخش عظیمی از فعالیت‌ها و تجربه زندگی ما را اشغال کرده‌اند. در طول روز به شکل‌های مختلف با رسانه‌ها سروکار داریم و به‌طور قدرتمندی بر زندگی ما سایه افکنده‌اند. اما این قدرت نه‌تنها از استفاده آن منجر می‌شود بلکه تا حد زیادی از تأثیرات آن نیز ناشی می‌شود. این تأثیرگذاری موضوعی است که توجه بسیاری از محققان و نظریه‌پردازان را در زمان‌های مختلف به خود برانگیخته است (مهدی‌زاده و خیلا، ۱۳۹۲: ۱۰۵).

ارزش‌های اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی هر قوم و جامعه‌ای تحت تأثیر عوامل مختلفی دستخوش تغییر و تحول است. برخی از این عوامل با ورود در میان فرهنگ‌های جوامع، فرهنگ‌ها و ارزش‌های آن جامعه را تغییر و با ارزش‌ها و فرهنگ‌های جهانی همراه و هم‌جهت می‌کند. دراین‌بین نقش رسانه‌های نوین ارتباط‌جمعی بسیار حائز اهمیت است؛ پیدایش فناوری‌های نوین ارتباطی- اطلاعاتی همچون اینترنت، تلفن همراه، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و فضای مجازی و ... در دهه‌های اخیر انقلاب بزرگی را در عرصه تعاملات و ارتباطات به وجود آورده است. در بین این فناوری‌ها، ماهواره و اینترنت (فضای مجازی) شاخص‌ترین رسانه‌های نوینی هستند که زندگی انسان را دستخوش تغییر و تحول کرده‌اند، به‌طوری‌که در سایه بهره‌مندی از این رسانه‌ها تأثیرات شگرفی در زندگی اجتماعی فرهنگی مشهود است. اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی پیشرفته و مدرن جایگاهی خاص و ویژه در میان دیگر وسایل ارتباطی دارد. و به‌عنوان جز لاینفک و به‌مثابه رسانه‌ای نوین و مدرن دارای خصوصیات ویژه‌ای است که آن را از سایر رسانه‌ها و فضای ارتباطی- اطلاعاتی عصر مدرن تفکیک و متمایز می‌کند (وطنی و ساعی، ۱۳۹۳: ۳۰).

وسعت فضای اطلاعاتی و تنیده شدن تاروپود جهان به‌وسیله اینترنت، عملاً جهان را به دهکده‌ای تبدیل کرده و تبادل اطلاعات را در لحظه هموار کرده است. حجم وسیعی از اطلاعات در فضای مجازی و برنامه‌های برون‌مرزی و فرهنگ‌های جهانی چه به‌صورت تعمدی چه غیر تعمدی ممکن است در هویت قومی و هویت ملی تأثیرگذار باشد و تا حدودی زمینه تضعیف هویت قومی و حتی ملی را نیز فراهم آورد (شفیعی‌نیا، ۱۳۹۴: ۷۰). شبکه‌های اجتماعی مجازی و فضای مجازی اخیراً توانسته‌اند بستری جهت توسعه هویت‌های برساخت شده و حرکت‌های

مطالبه‌جویانه قومی و فراقومی فراهم کنند. به نظر می‌رسد فضای مجازی برای آن دسته از گروه‌های قومی که بنا به هر دلیل، در برابر ساختارهای کلان اجتماعی و هویت‌های ملی بزرگتر همواره احساس محرومیت و در حاشیه ماندگی داشته‌اند، امیدهایی را به دنبال داشته است (نادری و روستاخیز، ۱۳۹۶: ۱۳۶). در دهه‌های اخیر به تدریج توسعه رسانه‌ها و ارتباطات و به تبع آن‌ها، آگاهی و افزایش آگاهی عمومی مسبب افزایش شدت تغییرات در سطوح فرهنگی و اجتماعی جامعه شده‌اند. پس می‌توان بیان کرد که با توسعه روزافزون رسانه‌ها و شکل‌گیری شبکه‌های ارتباطی در هم تنیده و پیچیده، امکان ارتباطات دوسویه و چندجانبه‌ای شکل گرفته و ایجاد شده که از کنترل اقتدارگرایانه و انسجام طلب حاکمیت‌ها خارج است. یکی از مهم‌ترین نهادهای ارتباطی از این دست، رسانه‌های اجتماعی مجازی نوظهور مانند تویتر، اینستاگرام، تلگرام و فیس‌بوک و سایر رسانه‌های مجازی بوده است (کیهان، ملکیان و میرزاخانیان، ۱۳۹۹: ۱۱۰).

مطالعات پیشین

نتایج پژوهش کیهان، فرقانی و مظفری (۱۳۹۸) با عنوان نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران نشان داد که نرم‌افزارهای اجتماعی پرمخاطب شامل تلگرام، اینستاگرام، واتس‌آپ و ایمو بوده است. نتایج تحلیلی نشان داده است که تلگرام و اینستاگرام، بدون کنترل تأثیر متغیرهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی با هویت قومی دانشجویان رابطه داشته‌اند؛ اما با کنترل تأثیر این متغیرها، تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام بشدت کاهش پیدا کرده است. نتایج پژوهش رهبرقاضی، حاتمی و عباسی (۱۳۹۷) با موضوع رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر نسبتاً ضعیفی بر انواع مختلف هویت داشتند، درحالی‌که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی و معناداری بر هویت دینی و ملی داشتند، اما مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبتی بر میزان هویت مدرن افراد داشته است.

نتایج پژوهش نوری، حلاج‌زاده و شنوا (۱۳۹۷) با عنوان بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی دانشجویان نشان داد که متغیرهای میزان استفاده از اینترنت، مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های مجازی و میزان مشارکت کاربران در این شبکه‌ها، با هویت ملی کاربران رابطه معکوسی دارد؛ بدین ترتیب می‌توان گفت که استفاده از شبکه‌های مجازی، در کاهش

هویت ملی دانشجویان مؤثر است. نتایج پژوهش کبیری، سعادت و قاسمی (۱۳۹۸) با عنوان بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان نشان داد که میانگین آگاهی سیاسی به تفکیک محتوای مصرف شبکه‌های مجازی تفاوت معناداری داشته است، به‌طوری‌که دانشجویانی که از محتوای خبری و مذهبی شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند، آگاهی بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها دارند. همبستگی بین متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و آگاهی از جناح‌بندی‌های سیاسی و قوانین انتخاباتی و تقسیمات کشوری مثبت و معنادار بوده است. نتایج پژوهش دهقانپور و جعفری (۱۴۰۲) با موضوع رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی در میان شهروندان شهر اردبیل نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معناداری وجود دارد. همچنین بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت فردی و هویت مجازی رابطه مثبت معناداری وجود دارد، درحالی‌که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت جمعی، ملی، دینی و انقلابی رابطه معکوس معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش نیک‌بخش (۱۴۰۲) با موضوع تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان نشان داد که انواع مختلفی از تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان به ترتیب بر ابعاد: «بسته‌بودن - پراکندگی - تعویق - دستاوردی» به ترتیب از ضعف به شدت تأثیر دارد. نتایج پژوهش باقری، نواح و شجاعی-برجویی (۱۴۰۱) با موضوع الگوسازی ساختاری عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز نشان از تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی، قانون‌گرایی، اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، قوم‌گرایی و تأیید میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر هم‌گرایی بین قومی در میان پاسخگویان داشت. نتایج پژوهش زندیه و خانیکی (۱۳۹۸) با عنوان طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی-مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی نشان داد که الگوی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی، متنوع و از سه مقوله فراگیر تأثیرات بین فرهنگی قومی (شامل مضامین سازمان‌یافته: همدلی فرهنگی، پایداری احساسی، ابتکار اجتماعی، انعطاف‌پذیری و گشایش ذهنی)، هویت قومی (شامل عنصرشناختی، عنصر احساسی و عنصر ارزشی) و قوم‌محوری (شامل تعصب قومی، تهدید و کشمکش برون قومی و نیز همبستگی درون‌گروهی) بوده است. نتایج پژوهش کیهان، فرقانی و مظفری (۱۳۹۸) عنوان نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران نشان داد که نرم‌افزارهای اجتماعی پرمخاطب شامل تلگرام، اینستاگرام،

واتس‌آپ و ایمو بوده است و تلگرام و اینستاگرام، بدون کنترل تأثیر متغیرهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی با هویت قومی دانشجویان رابطه داشته‌اند. نتایج پژوهش بروجردی‌علوی و صدیق-یزدچی (۱۳۹۶) با موضوع تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران نشان از تأیید تأثیر مثبت فضای مجازی بر هویت قومی داشت؛ تقویت مرزبندی‌ها و رشد انشعابات کوچک قومی ازجمله اثرات منفی قلمداد شده بود و نشانه‌هایی از جریان هویت‌زدای قومی نیز قابل کتمان نبود. نتایج پژوهش جهانی، عزتی و نامی (۱۳۹۶) با موضوع میزان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی را بر هم‌گرایی مردم استان‌های کردنشین ایران نشان داد که مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی با ۴۵/۲۵ درصد و مؤلفه‌های اقتصادی با ۴۹/۷۵ درصد به‌عنوان عامل هم‌گرایی هستند. نتایج پژوهش شفیع‌نیا (۱۳۹۴) با موضوع پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت ملی و هویت قومی کردها) نشان داد که در سال‌های اخیر کردها از شبکه‌های مجازی به‌عنوان ابزاری برای رشد خاص گرایی هویتی بهره برده‌اند و از این منظر، رشد شبکه‌های مجازی در این مناطق به تضعیف هویت ملی و رشد هویت‌خواهی قومی منجر شده است. نتایج پژوهش باقری دولت‌آبادی و زارعیان‌جهرمی (۱۳۹۲) با موضوع تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی نشان داد که دانشجویانی که بیشتر در معرض فضای مجازی قرار دارند نسبت به هم‌تایان خود که کمتر از فضای مجازی استفاده می‌کنند، هویت دینی و ملی ضعیف‌تری دارند. نتایج پژوهش محمدپور، نقدی و نادرنژاد (۱۳۸۹) با عنوان تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان نشان داد افرادی که نسبت بقیه افراد مورد مطالعه بیشتر از ماهواره استفاده کرده‌اند دارای هویت محلی ضعیفی هستند. که این موضوع نشانه تغییرات رفتاری در راستای گرایش به الگوهای نوین است.

مطالعات فراترکیبی که به معنی ترکیب یافته‌های مطالعات کیفی متعدد است، به‌منظور ایجاد تفسیر جدید و منسجم یافته‌ها می‌تواند به توسعه‌ی نظریه‌های متوسط بینجامد (نعمتی‌سوگلی‌تپه، صالحی، رحیمی و خالدیان، ۱۳۹۹: ۵۳). به‌طور کلی بر اساس آنچه پیشتر بیان شد ضرورت نگرشی جامع و نظام‌مند به موضوع شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی دارای اهمیت بسیار زیادی است در نتیجه یافته‌های مطالعه‌ی حاضر درک مفهوم، ابعاد و عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی را واضح‌تر می‌نماید. این پژوهش علاوه‌بر معرفی روش کیفی فراترکیب که روشی نوین و نظام‌مند برای شناسایی و دسته‌بندی عوامل است و می‌تواند مبنایی را برای مدیران و مسئولان کشوری در راستای تصمیم‌گیری‌های راهبردی برای قوم‌گرایی و ایجاد امنیت و پیامدهای امنیتی و حتی تأثیر

رسانه بر قوم‌گرایی فراهم آورد. لذا هدف از این مطالعه، طراحی الگوی تبیین عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی معطوف به رسانه‌های اجتماعی در ایران با رویکرد فراترکیب است و می‌تواند به ایجاد درک عمیق از مفهوم قوم‌گرایی منجر شود و یا نظریه‌های موجود در این زمینه را تکمیل کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و به روش تحلیل اسنادی و با استفاده از شیوه فراترکیب انجام شده است. فراترکیب با فراهم کردن نگرشی نظام‌مند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف به کشف موضوعات و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد، دانش فعلی را ارتقا می‌دهد و دید جامع و گسترده‌ای را در زمینه مسائل به وجود می‌آورد. نمونه موردنظر برای فراترکیب، از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آن‌ها با سؤال پژوهش تشکیل می‌شود. در این مطالعه، بدین منظور یکپارچه‌سازی مؤلفه‌های قوم‌گرایی و ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری از فراترکیب استفاده شد. فراترکیب یکپارچه‌سازی تفسیر یافته‌های اصلی مطالعات منتخب به‌منظور ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری است (زیمر^۱، ۲۰۰۶: ۳۱۴). فراترکیب با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف، به کشف موضوعات و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد و با این روش، دانش فعلی را گسترش داده و یک دید جامع را نسبت به مسائل به وجود می‌آورد. فراترکیب مستلزم این است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی انجام داده و یافته‌های پژوهش‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند (زیمر، ۲۰۰۶: ۳۱۴). نوبلت و هیر سه‌فاز اصلی انتخاب مطالعات، ترکیب ترجمه‌ها و ارائه ترکیب را برای فراترکیب و _ روشی هفت‌گامی را معرفی می‌کنند (ساندلوسکی و بروس^۲، ۲۰۰۷: ۱۱۱). به‌منظور محقق هدف مقاله محققان پژوهش‌های گذشته در حوزه قوم‌گرایی را در ایران مورد کنکاش قرار داده و در این راه از روش هفت مرحله‌ای ساندلوسکی و بروس استفاده شده است که مراحل مبسوط پیاده‌سازی روش فراترکیب به شرح زیر است:

مرحله اول: تنظیم سؤال تحقیق

برای تنظیم سؤال پژوهش از پارامترهای مختلفی مانند جامعه مورد مطالعه، چه چیزی، چه موقع و چگونگی روش استفاده می‌شود. در این پژوهش، سؤالات زیر مورد کنکاش قرار گرفت:

¹ Zimmer

² Sandelowski & Barros

- ۱- مؤلفه‌هایی قوم‌گرایی کدامند؟
- ۲- قوم‌گرایی از چه ابعاد و اجزایی تشکیل یافته است؟
- ۳- رسانه‌های اجتماعی چه نقشی در قوم‌گرایی دارند؟
- ۴- چه ارتباطی بین ابعاد و مؤلفه‌ها وجود دارد؟

مرحله دوم: مروری بر پیشینه به شکل نظام‌مند

در این مرحله جستجوی نظام‌مند بر مقالات منتشر شده در مجلات مختلف متمرکز شد و قوم‌گرایی مرتبط انتخاب شد. حال به‌منظور پاسخگویی به سؤالات مطرح شده در مرحله اول اجرای فراترکیب، با استفاده از کلیدواژه‌های قوم‌گرایی از پایگاه ازجمله پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، بانک اطلاعات نشریات کشور و سیویلیکا بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ صورت گرفته شد و به‌عنوان ملاک ورود مقالات قرار گرفت.

مرحله سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

در این گام، در هر بازبینی تعدادی از مقالات رد و کنار گذاشته شدند که این مقاله‌ها در فرایند فراترکیب موردبررسی قرار نگرفتند. به‌محض این‌که مقالات برای تناسب با پارامترهای مطالعه بررسی شد و با برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی^۱، کیفیت روش‌شناختی مطالعه‌ها با هدف حذف تعدادی از مقالات ارزیابی شد. این برنامه دقت، اعتبار و اهمیت مطالعه‌ها را با تمرکز بر ۱۰ سؤال مشخص می‌کند که این سؤالات شامل: اهداف پژوهش، منطق روش، طرح پژوهش، روش نمونه‌برداری، جمع‌آوری داده‌ها، رابطه پژوهشگر و شرکت‌کننده، ملاحظات اخلاقی، دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها، بیان واضح یافته‌ها، ارزش پژوهش؛ که بر اساس یک ملاک کمی بر اساس فرم تهیه‌شده مجموعه مقالات بررسی و ارزیابی می‌شوند. بر اساس مقیاس ۵۰ امتیازی روبریک، هر مقاله‌ای را که امتیازش کمتر از ۳۰ باشد حذف کرد. امتیازبندی به صورت ۱۰-۰ (ضعیف)، ۱۱-۲۰ (متوسط)، ۲۱-۳۰ (خوب)، ۳۱-۴۰ (خیلی خوب) و ۴۱-۵۰ (عالی) می‌باشد (کمالی، ۱۳۹۶). در نتیجه در فرایند ارزیابی از تعداد ۱۰۲۹ مقاله، ۹۸۹ مقاله حذف و تعداد ۴۰ مقاله موردبررسی قرار گرفت که در جدول (۱) نشان داده شده است.

¹ Critical appraisal skills program

هدف از این گام حذف مقاله‌هایی است که پژوهشگر به یافته‌های ارائه‌شده اعتمادی نداشته باشد، بنابراین ممکن است مقاله‌ای که باید در ترکیب وجود داشته باشد را رد کند. شایان ذکر است که در بسیاری از مقاله‌ها مناسب نبوده، به همین سبب بسیاری از آن‌ها در مراحل غربالگری حذف شده‌اند. برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی ابزاری که معمولاً برای ارزیابی کیفیت مطالعه‌های اولیه پژوهش کیفی استفاده شد.

جدول ۱. فرایند بررسی مقالات موردنظر

تعداد مقالات یافت شده ۱۰۲۹	
تعداد مقالات رد شده به خاطر عنوان ۲۹۱	تعداد مقالات رد شده به خاطر تفاوت مفهومی ۱۷۱
تعداد مقالات رد شده به خاطر تفاوت در چکیده ۱۵۳	تعداد مقالات رد شده به خاطر روش ۱۷۰
تعداد مقالات رد شده به خاطر محتوا ۱۵۰	تعداد مقالات رد شده به خاطر در نظر گرفتن عواملی غیر از مسائل قوم‌گرایی ۳۰
تعداد کل مقالات بررسی شده نهایی ۴۰	

مرحله چهارم: استخراج اطلاعات متون

در سراسر فراترکیب، به‌طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی شده، به‌منظور دستیابی به یافته‌های درون محتوایی مجزایی که در آن‌ها مطالعه‌های اصلی و اولیه انجام می‌شوند، چند بار مرور شد. در پژوهش حاضر، اطلاعات مقالات به‌صورت اطلاعات روش‌شناختی کلیدی مانند هدف پژوهش، روش، رویه‌ها و وسایل سنجش یادداشت و صورت‌بندی می‌شود و در نهایت صفحاتی که عوامل را اشاره کرده است؛ درج می‌شود (عرب، ابراهیم‌زاده پزشکی و مروتی‌شریف‌آبادی، ۱۳۹۳: ۱۵).

مرحله پنجم: تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی

هدف فراترکیب ایجاد تفسیر یکپارچه و جدیدی از یافته‌ها است. این روش برای شفاف‌سازی مفاهیم، الگوها و نتایج در پالایش حالت‌های موجود دانش و ظهور مدل‌های عملیاتی و تئوری‌ها پذیرفته شده است (فینفگلد^۱، ۲۰۰۳: ۹۰۰). در طول تحلیل، موضوعاتی جستجو شد که در میان مطالعه‌های موجود در فراترکیب پدیدار شده‌اند. این مورد به‌عنوان بررسی موضوعی شناخته می‌شود. به‌محض اینکه موضوع‌ها شناسایی و مشخص شدند، بررسی‌کننده یک طبقه‌بندی را شکل می‌دهد و طبقه‌بندی‌های مشابه و مربوط را در موضوعی قرار می‌دهد که آن را به بهترین گونه

¹ Finfgeld

توصیف می‌کند. موضوع‌های اساس و پایه‌ای را برای ایجاد توضیحات، مدل‌ها و تئوری‌ها یا فرضیات کاری ارائه می‌دهند (ساندولسکی و باروس، ۲۰۰۷: ۱۱۳). در پژوهش حاضر، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعه‌ها به‌عنوان کد (مؤلفه‌ها) در نظر گرفته شده و سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این کدها، آن‌ها را در یک مفهوم مشابه (ابعاد) دسته‌بندی کرده تا به این ترتیب مفاهیم پژوهش شکل داده شود.

مرحله ششم: کنترل کیفیت

در روش فراترکیب، رویه‌های زیر را برای حفظ کیفیت در مطالعه در نظر گرفته شد:

۱. در سراسر تحقیق، تلاش شد تا با فراهم کردن توضیحات روشن و واضح برای گزینه‌های موجود در تحقیق گام‌های اتخاذ شده برداشته شود.
۲. برای پیدا کردن مقالات مرتبط از هر دو راهکار جستجوی الکترونیک و دستی استفاده شد.
۳. روش‌های کنترل کیفیت استفاده شده در مطالعه‌های تحقیق کیفی اصلی به کار برده شده است.

مرحله هفتم: ارائه یافته‌ها

در این مرحله از روش فراترکیب، یافته‌های حاصل از مراحل قبل ارائه شده است. ۵۰ مقاله‌ی انتخاب شده از سوی پژوهشگر در مدت‌زمان ۳ ماه به‌دقت مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات مورد نیاز بر اساس هدف اصلی این مقاله که مؤلفه‌ها و ابعاد کیفیت زندگی زناشویی است؛ شناسایی شد. ترکیب یافته‌ها در ۳ سؤال دسته‌بندی شده که جدول شماره ۲ این طبقه‌بندی را نشان می‌دهد (نعمتی‌سوگلی تپه و همکاران، ۱۳۹۹).

جدول ۲. عوامل مؤثر در قوم‌گرایی

مآخذ	مفاهیم	مقوله
کیهان و همکاران (۱۳۹۸)، رهبرقازی و همکاران (۱۳۹۷)	صادق بودن، توافق، علاقه، پای‌بندی به تعهدات، امید و انگیزه، خودکم‌بینی؛ گریز از خلأ و احساس ناامنی ناشی از عدم پذیرش اجتماعی؛ ترس و نگرانی از تحقیر و تمسخر؛ افزایش مقاومت و نه گفتن به ایدئولوژی‌های جهانی؛ گریز از کسالت و یکنواختی زندگی روزمره	فردی
کیهان و همکاران	تأثیر شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات، تأثیر رسانه‌های جمعی؛ فضای	رسانه

مقوله	مفاهیم	مآخذ
	مجازی و قوم‌گرایی؛ تأثیر رسانه‌ها در تبلیغ سبک زندگی غربی؛ میزان استفاده از رسانه‌های خارجی؛ تأثیر تبلیغات تجاری؛ گسترش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛ ضعف رسانه‌های داخلی در خصوص قوم‌گرایی؛ رابطه عضویت در شبکه‌های اجتماعی و تمایل به قوم‌گرایی؛ نقش رسانه در اشاعه قوم‌گرایی؛ رسانه‌ها و ترویج قوم‌گرایی؛ میزان علاقه‌مندی به برنامه‌های رسانه‌ها؛ استفاده زیاد از شبکه‌های مجازی، کاهش نقش رسانه‌های داخلی، تضعیف نقش رسانه‌های داخلی در شکل‌دهی به تثبیت قوم‌گرایی داخلی؛ فرایند جهانی‌سازی از طریق رسانه	(۱۳۹۸)، نوری و همکاران (۱۳۹۷)، رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷)، افشار کبیری و همکاران (۱۳۹۸)،
عوامل اجتماعی	برقراری ارتباط با دیگران، ابراز هویت، هم‌رنگی اجتماعی؛ رابطه معکوس قوم‌گرایی و هویت اجتماعی و شاخص‌های آن، هویت ملی، هویت دینی، هویت فرهنگی، هویت تاریخی، هویت خانوادگی؛ هم‌نواپی اجتماعی؛ قوم‌گرایی و همانندسازی؛ انتظارات اجتماعی؛ کسب هویت؛ سازگار شدن با جریان غالب؛ افزایش قدرت اجتماعی، تأثیرپذیری از گروه‌های مرجع	افشار کبیری و همکاران (۱۳۹۸)، محمدپور و همکاران (۱۳۸۹)
سبک زندگی	تبعیت نکردن از نظام انتظارات نسل گذشته؛ توسعه وسایل ارتباط جمعی و تأثیر آن بر شیوه زندگی، گرایش شدید به همانندی با سبک‌های قومی غالب؛ کاهش استقلال افراد در مقابل سنن و آداب و رسوم غالب؛ فاصله گرفتن از هنجارهای پیشین و پیروی از الگوهای نوین، جهانی‌سازی	نیک بخش (۱۴۰۲)، دهقانپور و جعفری (۱۴۰۲)
فرهنگ	کاهش اهمیت ملاک‌ها و ارزش‌های فرهنگی بهنجار؛ نقش تولیدکنندگان در اشاعه قوم‌گرایی؛ سازگار شدن با فرهنگ غالب؛ کم‌رنگ شدن نگرش دینی و قومی؛ عدم پایبندی به رسم و رسومات؛ تغییر نگرش جامعه، عدم پایبندی به ارزش‌های فرهنگی جامعه؛ عدم فرهنگ‌سازی مناسب؛ عدم وجود محتوای فرهنگی غنی؛ رابطه سرمایه فرهنگی تجسم یافته و سرمایه فرهنگی نهادینه شده و میزان گرایش به قوم‌گرایی	باقری و همکاران (۱۴۰۱)، کیهان و همکاران (۱۳۹۸)
معنوی - اعتقادی	اعتقادات مذهبی، قبول واقعیت‌های مختلف اجتماعی، تعهد و پایبندی	زندیه و خانیکی (۱۳۹۸)، باقری دولت - آبادی و زارعیان جهرمی - (۱۳۹۲)

مقوله	مفاهیم	مآخذ
عاطفی	ایجاد صمیمیت و خودمانی بودن قومیت‌های غالب، ابراز محبت، ابراز احساسات، کنترل تکانه، رفتارهای مهرورزانه	زندیه و خانیکی (۱۳۹۸)، کیهان و همکاران (۱۳۹۸)
عوامل موقعیتی	موقعیت اقتصادی؛ میزان درآمد؛ رابطه تحصیلات و قوم‌گرایی؛ رابطه پایگاه اجتماعی و اقتصادی و قوم‌گرایی؛ تأثیر عملکرد شغلی و میزان درآمد؛ امکانات اقتصادی و اجتماعی، کسب درآمد و شاغل بودن	بروجردی علوی و صدیق یزدچی (۱۳۹۶)
عوامل دانشی / اطلاعاتی	ارتقای دانش، شناسایی بهتر قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف، افزایش سطح آموزش و یادگیری، دسترسی آسان‌تر به منابع اطلاعاتی، بازتعریف قومیت، نوگرایی و توسعه، شبکه‌سازی، تقویت نگرش ایدئولوژیک، توسعه جامعه اطلاعاتی	شفیعی‌نیا (۱۳۹۴)
عوامل استراتژیک	مزیت رقابتی، بهبود کارایی قومیت‌های بیگانه، رشد مدل‌های تجاری، تسهیل بین‌المللی کردن	جهانی و همکاران (۱۳۹۶)

روایی و پایایی مدل

مدل طراحی‌شده شامل ۱۰ مؤلفه است پس از تکمیل مراحل روش‌شناسی مؤلفه‌های قوم‌گرایی ارائه شد. روایی مدل حاضر، از طریق روایی محتوا حاصل شده که این امر از دو جنبه صورت گرفته است. جنبه اول بر اساس پژوهش‌های قبلی و جنبه دوم بر اساس تشکیل گروه‌های کانونی (متشکل از ۵ نفر از خبرگان و صاحب‌نظران علوم سیاسی) انجام گرفت. به‌منظور سنجش پایایی مدل طراحی از شاخص کاپا که در سال ۱۹۶۰ توسط کوهن^۱ مطرح شده، استفاده شد.

جدول ۳. وضعیت تبدیل کدها به مفاهیم

		نظر محقق		
		بله	خیر	مجموع
نظر خبره	بله	A=۹	B=۱	۱۰
	خیر	C=۳	D=۰	۳
	مجموع	۱۲	۱	۱۳

^۱ Cohen's kappa

$$A + \frac{D}{N} = \frac{9}{13} = 0/69 = \text{توافقات مورد مشاهده}$$

ضریب کاپا و تحلیل آماری مبتنی بر آن اندازه‌های عددی بین ۱- تا ۱+ است که هر چه به ۱+ نزدیک‌تر باشد بیانگر وجود توافق متناسب و مستقیم است. اندازه‌های نزدیک به ۱- نشان‌دهنده وجود توافق وارون و عکس و اندازه‌های نزدیک به صفر عدم توافق را نشان می‌دهد که وضعیت شاخص کاپا در جدول ۴ نشان داده شده است. در نتیجه ضریب شاخص کاپا نشان‌دهنده توافق معتبر در مورد مدل تدوین شده است.

جدول ۴. وضعیت شاخص کاپا

مقدار عددی شاخص کاپا	توافق
کمتر از ۰/۲	بی‌اهمیت و ضعیف
۰/۲۱-۰/۴	متوسط
۰/۴۱-۰/۶	مناسب
۰/۶۱-۰/۸	معتبر
۰/۸۱-۱	عالی

$$\text{توافقات شانسی} = \frac{A+B}{N} \times \frac{A+C}{N} \times \frac{C+D}{N} \times \frac{B+D}{N} = \frac{10}{13} \times \frac{12}{13} \times \frac{3}{13} \times \frac{1}{13} = 0/012$$

درصد اتفاق نظری که برحسب شانس انتظار می‌رود-درصد اتفاق نظر مشاهده شده

=کاپا

درصد اتفاق نظری که برحسب شانس انتظار می‌رود-۱

$$K = \frac{(0/69 - 0/012)}{1 - 0/012} = 0/69$$

بحث و نتیجه‌گیری

جامعه ایران در سال‌های گذشته، همگام با دگرگونی‌های ساختی و فنی و پیوند گسترده با جامعه جهانی و همچنین آشنایی با سامانه ارزش‌های نوین در گستره جهانی، با دگرگونی‌های مهمی مواجه بوده است که تأثیر عوامل مختلف در قوم‌گرایی از جمله این دگرگونی‌ها است. عوامل زیادی در گرایش به قوم‌گرایی در ایران و برخی مناطق تأثیرگذار است که در فراترکیب حاضر به عمده‌ترین این عوامل پرداختیم. در نتیجه پژوهش حاضر با عنوان طراحی الگوی تبیین عوامل مؤثر بر قوم‌گرایی معطوف به رسانه‌های اجتماعی در ایران با رویکرد فراترکیب انجام شد. مسأله

قوم‌گرایی موضوع جدیدی نیست، اما با توجه به اهمیت روزافزون آن در فرآیند ملت‌سازی و تقویت هویت و همبستگی اجتماعی عام در هر جامعه، اهمیت بسیاری یافته است. علاوه بر آن، گسترش فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سال‌های اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلفی تحت تأثیر قرار داده است. یکی از حوزه‌های مهم زمینه فرهنگی و بحث هویت ملی و قومی است.

بر اساس نظریه هویت اجتماعی می‌توان مطرح کرد که افراد به سمتی حرکت می‌کنند که خود را با گروه یا اجتماع شبیه کنند و در واقع احساس هم‌رنگی و هم‌نوايي با گروهی که به آن متعلق‌اند، داشته باشند؛ این امر بدین دلیل است که آن‌ها می‌خواهند که هویتی جمعی در گروه به دست آورند و از این طریق به‌نوعی احساس اعتماد به نفس کنند و از سوی دیگر با اعضای که خارج از گروه قرار دارند، احساس تمایز کنند. هم‌نوايي یا هم‌رنگی، فرآیندی است که طی آن، شخص احساس فشار خیالی یا واقعی از سوی گروه نسبت به خودش می‌کند و در نتیجه، رفتار خویش را تغییر می‌دهد. هر چه افراد هم‌نوايي بیشتری با اطرافیان و جامعه خود داشته باشند، میزان قوم‌گرایی در آن‌ها بیشتر خواهد بود (کیانی و نجفی، ۱۳۹۷: ۲۸۱).

از دیگر عوامل مؤثر در قوم‌گرایی در جامعه می‌توان به گسترش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید و شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی اشاره کرد. چرا که این فناوری‌های جدید مرز بین کشورها را از بین برده و فاصله زمان و مکان را از حذف و یا کمرنگ کند. این وسایل ارتباطی جدید توانسته است دسترسی سریع افراد به سایر فرهنگ‌ها و آداب و سنن و رسوم سایر قوم‌ها و فرهنگ‌ها را تسهیل کند و حتی فرهنگ‌های اصیل جوامع از جمله کشور ما را که دارای ارزش‌های سنتی و فرهنگ خاص خود است را دستخوش تغییر کند. با گسترش وسایل ارتباط - جمعی و فناوری‌های جدید در فضای مجازی، شرایط برقراری ارتباطات گسترده در فضای - مجازی و اینترنت با جوامع و فرهنگ‌های گوناگون و مختلف مهیا می‌شود و این احتمال وجود دارد که به رفتارها و هنجارهای متضاد با ارزش‌های جامعه خویش در قالب قوم‌گرایی روی آورند (اصغرزاده، نیازی و فرهادیان، ۱۴۰۱: ۸۰). و بعضاً هم می‌توان بیان کرد که قوم‌گرایی افراطی و ناشی از تقلید کورکورانه باعث آسیب و بحران اجتماعی می‌شود. این بحران و آسیب‌ها زمانی شدت بیشتری می‌گیرد که میزان استفاده از رسانه‌های خارجی و ماهواره و حتی فضای مجازی بیشتر باشد (البته ممکن است که حتی از طریق رسانه‌های داخلی نیز اشاعه صورت‌پذیر) و با

توجه به گستردگی جامعه ایران و تنوع قومیت‌ها و قومیت‌های متفاوت این احتمال نیز وجود دارد که رسانه‌های داخلی و شبکه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی نیز کاملاً تأثیرگذار باشند.

در تبیین دیگر این یافته‌ها می‌توان بیان کرد که در جامعه امروزی، فناوری نوین ارتباطی نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم، بلکه چارچوب‌های نمادین آن‌ها را نیز دگرگون می‌سازد. انقلاب ارتباطات در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گذاشته است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر سبک زندگی، باورها و ارزش‌های افراد و به‌ویژه جهان‌بینی‌های آن‌ها و در این مورد خاص سبک‌های هویت‌یابی اشاره کرد. فناوری‌های نوین و در رأس آن‌ها شبکه‌های اجتماعی مجازی با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان، تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد سبک‌های جدید زندگی، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های جدید شده است. بی‌شک می‌توان گفت در کشوری به پهنه کشور ما، با تنوع فرهنگی عظیمی که در آن مشاهده می‌شود و با سبک‌های زندگی بسیار متفاوت و حتی متضادی که در آن دیده می‌شود، باید در حد امکان به‌سوی برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و نزدیک گام برداشت تا امکان برنامه‌ریزی عمومی و جهان‌شمول وجود داشته باشد.

در عصر حاضر و شرایط کنونی ظهور پدیده‌ای به نام اینترنت، گردش اطلاعات و داده‌های مختلف را در سطح جهان شدت بخشیده است. بر این اساس، شبکه‌های اجتماعی مجازی و فضاهای مجازی به‌عنوان عامل جدید ارتباطات اینترنتی نقش دوگانه فشردگی جهانی و همزمان تقویت خاص‌گرایی را ایفا می‌نمایند. در واقع حذف مرزها و کمرنگ شدن آن‌ها و گسترش ارتباطات جمعی فراملی و فرافرهنگی سبب ایجاد بستر فشردگی جهانی و نزدیکی بیشتر و به‌نوعی نزدیکی بیشتر شده است، اما شبکه‌های اجتماعی همزمان با در اختیار قرار دادن امکان ارتباط گسترده گروه‌های قومی هم در جهت بسیج قومی و هم در راستای آگاهی‌بخشی موجبات تقویت خاص‌گرایی‌های محلی از جمله انواع قوم‌گرایی در جهان و به‌ویژه خاورمیانه را فراهم کرده است (ابراهیمی، حجازی و چیت‌ساز، ۱۴۰۱: ۳۴).

همچنین می‌توان بیان کرد که در میان شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک تأثیرات بیشتری بر میزان قوم‌گرایی شهروندان در این سه شهر داشته است. همچنین نتایج نشان داد که میزان استفاده از فیس‌بوک در میان شهروندان این سه شهر رو به کاهش بوده است و در حال حاضر محبوب‌ترین رسانه مورد استفاده اینستاگرام و تلگرام هستند که تأثیر کمتری بر شدت قوم‌گرایی نسبت به فیس‌بوک بر جای گذاشته‌اند. به عبارتی، به لحاظ تحلیلی می‌توان روند تمایل

شهروندان از فیس‌بوک به سایر شبکه‌های اجتماعی و البته همزمان اثر کمتر رسانه‌های جایگزین فیس‌بوک بر قوم‌گرایی را چنین تفسیر کرد که به نظر می‌رسد در دوره اخیر اثرات شبکه‌های اجتماعی بر شدت قوم‌گرایی کاهش یافته است و عمده افرادی که در این شبکه‌های تازه عضو هستند، قوم‌گرایی متوسط یا متوسط رو به پایینی تجربه می‌کنند. از این‌سان، در فضای مجازی علاوه بر شکل‌گیری گفتمان‌های جهانشمول، می‌توان به بروز مباحث قوم‌گرایانه و خاص‌گرایانه در هویت‌های محلی و قومی اشاره کرد. همچنین نتایج نشانگر اهمیت رسانه‌های خارجی بر تشدید قوم‌گرایی در میان کاربران رسانه‌های جمعی بود. اگرچه در این مورد اخیر نیز کاربرد رسانه‌های خارجی به‌منظور موضوعات قومی تقلیل یافته، اما کاربرد این نوع رسانه‌ها همچنان اثر معنادار و مستقیمی بر تشدید قوم‌گرایی در میان شهروندان این سه شهر برجای می‌گذارد. نتایج این مطالعه نشان داد که در میان گروه‌های نسلی و از میان سه شهر، به ترتیب گروه نسلی جوان و شهر مریوان بالاترین میزان قوم‌گرایی به‌ویژه قوم‌گرایی سیاسی را از خود بروز داده‌اند. و هر سه نسل و البته هر سه شهر، در حوزه قوم‌گرایی اقتصادی قرابت بیشتری داشته‌اند.

با توجه به یافته‌های این مطالعه به نظر می‌رسد که پیامدهای امنیتی مسئله استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و کاربری در شبکه‌های اجتماعی خاص (به‌ویژه فیس‌بوک و تا حدودی تلگرام و اینستاگرام) برای تشدید قوم‌گرایی و انواع آن، برای جوانان و البته بیش از سایر شهرها در مریوان برجسته‌تر بوده و نیازمند توجه جدی‌تر و منسجم‌تری است تا پیش از آنکه ابعاد امنیتی آن بیش‌ازپیش حساسیت‌برانگیز شود.

در نتیجه تلاش برای اجرای عدالت و رفع نابرابری‌های منطقه‌ای در زمینه اقتصادی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، می‌تواند باعث کاهش احساس تبعیض در ابعاد مختلف شود و درنهایت باعث کاهش میزان قوم‌گرایی فرهنگی شود. ازجمله اقدامات عملی در این رابطه می‌توان به سرمایه‌گذاری بیشتر صنعتی، کشاورزی و خدماتی در مناطق قومی، توجه کردن و اهمیت بیشتر دادن به عناصر فرهنگ قومی و مشارکت بیشتر نخبگان قومی در فرایندهای قدرت اشاره کرد. در نتیجه نیرومندسازی مؤلفه‌ها و عناصر هویت اسلامی ایرانی قومی و تأکید بر همگرایی و ارزش و احترام به هویت قومی از طریق تولیدات فرهنگی و اقدامات رسانه‌ای؛ برآورده ساختن نیازهای اجتماعی اقتصادی و حتی قومی و توجه به شأن و منزلت آن‌ها؛ گسترش و بهبود مشارکت سیاسی و بهره‌گیری از نخبگان قومیت‌ها در هرم قدرت سیاسی و اجرایی کشور در سطوح مختلف و برآورده ساختن و در نظر گرفتن تقاضاهای آن‌ها؛ و همچنین تقویت بنیه‌های

علمی فرهنگی منطقه برای مقابله با تبلیغات سوء دشمنان و بدخواهان و تفرقه افکنان از پیشنهادات این پژوهش است.

ارائه مدلی جامع که بتواند با روشی نظام مند و جامع ضمن شناسایی مؤلفه های قوم گرایی را برای استفاده از روش های مبتنی بر پویایی سیستم ایجاد کند، یافت نشد که از این دیدگاه این پژوهش می تواند نقش به سزایی را در انجام تحلیل های دقیق و علمی از سوی کارشناسان و پژوهشگران این حوزه به ارمغان آورد. این پژوهش محدودیت های را نیز به خود دیده است که از مهم ترین آن ها می توان به نبود نرم افزاری تخصصی در زمینه متن کاوی در مقالات فارسی برای فیلتر کردن تعداد مقالات به صورت الکترونیک اشاره کرد. پیشنهاد می شود جهت بررسی دقیق تر هر کدام از این مؤلفه های مربوط به قوم گرایی از روش های دیگر از جمله فراتحلیل و انجام تحلیل ممیزی استفاده شود. همچنین پیشنهاد می شود در مطالعات آینده متغیرهای دیگری که با قوم گرایی در ارتباط می باشند با استفاده از روش کیفی مورد بررسی قرار گیرند.

منابع

- ابراهیمی، زینب؛ حجازی، سید ناصر و چیت ساز، محمدعلی. ۱۴۰۱. «بررسی نقش فضای مجازی در شکل گیری فرهنگ جدید ارتباطی و هویت اجتماعی». **فصلنامه علوم واحد شوستر**. سال شانزدهم، شماره ۴. صص ۲۳-۳۸. زمستان [Link]
- احمدی، مهرداد و ذوالفقاری، ماریا. ۱۴۰۱. «شناسایی نقش های رسانه در توسعه ورزش با رویکرد فراترکیب». **فصلنامه مدیریت ورزشی**. سال سوم، شماره ۱۴. صص ۲۲۹-۲۴۹. [Link]
- اصغرزاده، احمد؛ نیازی، محسن و فرهادیان، علی. ۱۴۰۱. «طراحی الگوی تبیین عوامل مؤثر بر مدگرایی در ایران با رویکرد فراترکیب». **مطالعات جامعه شناختی**. سال چهاردهم، شماره ۵۵. صص ۷۱-۸۹. [Link]
- باقری دولت آبادی، علی و زارعیان جهرمی، فرج الله. ۱۳۹۲. «تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی». **فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج**. سال شانزدهم، شماره ۶۰. صص ۱۴۹-۱۸۲. [Link]
- باقری، معصومه؛ نواح، عبدالرضا و شجاعی برجویی، حدیث. ۱۴۰۱. «الگوسازی ساختاری عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هم گرایی بین قومی در شهر اهواز». **فصلنامه پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران**. سال یازدهم، شماره ۳. صص ۳۹-۶۶. پاییز [Link]
- بروجردی علوی، مهدخت و صدیق یزدچی، امیرسعید. ۱۳۹۶. «تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران». **فصلنامه مطالعات رسانه های نوین**. سال سوم، شماره ۱۲. صص ۸۷-۱۱۰. [Link]

جهانی، د؛ عزتی، ع و نامی، م. ۱۳۹۶. «میزان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی را بر هم‌گرایی مردم استان‌های کردنشین ایران». **فصلنامه مطالعات ملی**. سال هجدهم، شماره ۱. صص ۵۳-۶۷. بهار.

دهقانپور، حسام‌الدین و جعفری، علی. ۱۴۰۲. «رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل». **فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**. آنلاین [Link]
رهبرقازی، محمودرضا؛ حاتمی، عباس و عباسی، امین. ۱۳۹۷. «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)». **فصلنامه مجلس و راهبرد**. سال بیست و پنجم، شماره ۹۵. صص: ۳۳-۵۸. [Link]

زندیه، زهره و خانیکی، هادی. ۱۳۹۸. «طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی». **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)**. سال بیست و ششم، شماره ۱. صص ۹-۴۰. بهار. [Link]

سرخیل، بهنام. ۱۳۹۸. «رسانه و قدرت‌گفتمانی با تأکید بر انقلاب اسلامی». **فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام**. سال نهم، شماره ۳. صص ۱۷۷-۲۰۵. پاییز [Link]

شایسته، لطیف؛ اسماعیلی، رضا و محمدی، اصغر. ۱۳۹۹. «بررسی تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر سبک هویت ملی جوانان». **فصلنامه سبک زندگی با محوریت سلامت**. سال چهارم، شماره ۴. ۲۱۶-۲۳۳. زمستان [Link]

شفیعی‌نیا، عباس. ۱۳۹۴. «پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت ملی و هویت قومی کردها)». **فصلنامه پژوهش‌های سیاسی**. سال پنجم، شماره ۱۳. صص ۶۳-۸۶. [Link]
عابدی‌زاده، عابدین؛ موسوی، سیدیعقوب؛ محدثی‌گیلوانی، حسن و کفاشی، مجید. ۱۴۰۰. «تبیین جامعه-شناختی تأثیر مؤلفه‌های سه‌گانه ترجیح قومی، گرایش قومی و قوم‌مداری بر مشارکت سیاسی شهروندان (موردبررسی‌شده: جمعیت نمونه‌ای استان بوشهر)». **فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه**. سال دهم، شماره ۴۱. صص ۱۹۹-۲۲۵. [Link]

عباس‌زاده مرزبالی، مجید. ۱۴۰۰. «همزیستی تاریخی هویت ملی و هویت‌های قومی در ایران و ضرورت اتخاذ سیاست وحدت در کثرت در عصر کنونی». **فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی**. سال دوازدهم، شماره ۴۶. صص ۲۴۹-۲۷۱. [Link]

عرب، سیدمحمد؛ ابراهیم‌زاده‌پزشکی، رضا و مروتی‌شریف‌آبادی، علی. ۱۳۹۳. «طراحی مدل فراترکیب عوامل مؤثر بر طلاق با مرور نظام‌مند مطالعه‌های پیشین». **مجله اپیدمیولوژی ایران**. سال دهم، شماره ۴. صص ۱۰-۲۲. [Link]

فرهادی محلی، علی. ۱۳۹۰. «بررسی تحلیلی پدیده جهانی شدن با تمرکز بر حوزه فرهنگ». **مطالعات**

راهبردی سیاست گذاری عمومی. سال دوم، شماره ۵. ۹۶-۶۳. [Link]

قاسمی، وحید. ۱۳۹۳. «تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک در هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان».

فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. سال هفتم، شماره ۱. صص ۲۸-۱.

کبیری، افشار؛ سعادت، موسی و قاسمی، الناز. ۱۳۹۸. «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در

تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان». **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**. سال پنجم، شماره ۱۹.

صص ۲۶۰-۲۳۱. [Link]

کمالی، یحیی. ۱۳۹۶. «روش‌شناسی فراترکیب و کاربرد آن در سیاست‌گذاری عمومی». **فصلنامه**

سیاست. سال چهل و هفتم، شماره ۳. صص ۷۳۶-۷۲۱. [Link]

کیانی، مرده و نجفی، سیامک. ۱۳۹۷. «اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی؛ بازاندیشی در هویت اجتماعی

زنان تحصیلکرده مورد مطالعه دانشگاه تبریز». **فصلنامه زن و جامعه**. سال نهم، شماره ۲. صص

۲۹۴-۲۷۵. [Link]

کیهان، امیر؛ فرقانی، محمدمهدی و مظفری، افسانه. ۱۳۹۸. «نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در

بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران» **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**.

سال چهارم، شماره ۱۸. صص ۱۲۷-۹۷.

کیهان، مسعود؛ ملکیان، نازنین و میرزاخانیان، آبی. ۱۳۹۹. «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر هویت قومی

طلاب ترک و کرد حوزه علمیه قم». **فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی**. سال دوازدهم، شماره ۱.

صص ۱۲۴-۱۰۱. بهار.

گیدنز، آنتونی. ۱۳۹۸. **جامعه‌شناسی**. ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

محمدپور، احمد؛ نقدی، اسدالله و نادرزاد، بهزاد. ۱۳۸۹. «تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان

ایران؛ بررسی موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج». **مجله دانشگاه علوم پزشکی کرمان**.

شماره ۴. صص ۱۵۶-۱۳۱. [Link]

محمدزاده، حسین؛ شادرو، محمدرضا و رفیع فر، جلال‌الدین. ۱۳۹۱. «عوامل اجتماعی مرتبط با قوم‌گرایی

فرهنگی در میان کردهای ایران». **فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی**. سال اول، شماره ۳.

صص ۹۶-۷۵.

مهدی‌زاده، شراره و خیلا، زهرا. ۱۳۹۲. «تلفن همراه و روابط اجتماعی». **فصلنامه مطالعات فرهنگی و**

ارتباطات. سال نهم، شماره ۳۲. صص ۱۱۷-۹۹. [Link]



- میرزایی، سیدآیت‌الله و عیدی، معصومه. ۱۳۹۹. «ناسیونالیسم، قومیت و قوم‌گرایی، مطالعه موردی شهر بجنورد». **فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی**. سال یازدهم، شماره ۱. صص ۱۲۵-۱۵۹. [Link]
- نادری، احمد و روستاخیز، بهروز. ۱۳۹۶. «فضای مجازی و پویای‌های هویت قومی (مورد مطالعه: روشنفکران و فعالین مدنی بلوچ)». **مجله جهانی رسانه**. سال دوازدهم، شماره ۲. صص ۱۳۰-۱۵۲. [Link]
- نعمتی سوگلی‌تپه، فاطمه؛ صالحی، کیوان؛ رحیمی، فاطمه‌السادات و خالدیان، محمد. ۱۳۹۹. «مؤلفه‌های کیفیت زندگی زناشویی: یک مطالعه فراترکیب». **دو فصلنامه مشاوره و روان‌درمانی خانواده**. سال دهم، شماره ۲۹. صص ۴۵-۶۸. [Link]
- نوری، سعید؛ حلاج زاده، هدا و شنوا، معصومه. ۱۳۹۷. «بررسی رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه پیام نور رشت)». **فصلنامه پژوهشنامه فرهنگی هرمزگان**. سال دهم، شماره ۱۵. صص ۸-۳۱. [Link]
- نیک‌بخش، بهرام. ۱۴۰۲. «تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان از منظر مددکار اجتماعی». **فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**. آنلاین. [Link]
- هزارجریبی، جعفر و مروتی، نادر. ۱۳۸۹. «تأثیر نابرابری قومی بر امنیت ملی». **فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی**. سال چهارم، شماره ۳. صص ۹۱-۱۱۷. [Link]
- وطنی، سونیا و ساعی، منصور. ۱۳۹۳. «بررسی رابطه بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های نوین (اینترنت) و میزان پابندی نسل جوان به ارزش‌های اجتماعی (با تأکید بر مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای تبریز و علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی)». **فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی**. سال پنجم، شماره ۱۸. صص ۲۷-۴۶. [Link]
- یزدخواستی، بهجت، عدلی پور، صمد و الهام کیخانی. ۱۳۹۲. «حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی (بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گفتگوی میان فرهنگ‌ها)». **فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات**. سال چهاردهم، شماره ۲۱. صص ۸۰-۹۸.
- Abbaszadeh Marzbali, M. (2021). Historical coexistence of national identity and ethnic identities in Iran and the necessity of adopting a policy of unity in plurality in the present era. *Political and International Research*, 12(46): 249-271. (In persian)
- Abedizadeh, A., Mousavi, S. Y., Mohaddesi Gilvaei, H., & Kafashi, M. (2021). Sociological explanation of the effect of the three components of ethnic preference, ethnic orientation and ethnocentrism on citizens' political participation (case study: sample population of Bushehr province). *Quarterly Journal of Society, Culture and Media*. 10(41): 199-225. (In persian)
- Ahmadi, M., and Zouafari, M. (2021). Identifying the roles of media in sports development with a meta-synthesis approach. *Sports Management*. 3(14): 229-249. (In persian)

- Arab, S. M., Ebrahimzadeh Pezkeshi, R., & Marvati-Sharif-Abadi, A. (2014). Designing a meta-composition model of factors affecting divorce with a systematic review of previous studies. *Iranian Journal of Epidemiology*. 10(4):10-22. (In persian)
- Asgharzadeh, A., Niazi, M., & Farhadian, A. (2022). Designing a model to explain the factors affecting fashionism in Iran using a meta-synthesis approach. *Sociological Studies*. 14(55): 71-89. (In persian)
- Bagheri Dolatabadi, A., & Zareian-Jahrami, F. (2013). The impact of cyberspace on national identity and solidarity. *Basij Strategic Studies*. 16(60): 149-182. (In persian)
- Bagheri, M., Navah, A., & Shojaei-Borjoui, H. (2022). Structural modeling of cultural, social and political factors affecting interethnic convergence in the city of Ahvaz. *Strategic Research on Iranian Social Issues*. 11(3): 39-66. (In persian)
- Beck, J. (2002). Mthering multiples: A meta-synthesis of the qualitativereserch.MCN. *Teh American Juornal of Maternal/child Nursing*, 27(4), 214-221. [Link]. (In persian)
- Boroujerdi Alavi, M., & Sedigh Yazdchi, A. S. (2017). The Impact of Virtual Space on National and Ethnic Identity in Iran. *New Media Studies*. 3(12): 87-110. (In persian)
- Dehghanpour, H., & Jafari, A. (2023). The relationship between the use of social networks and the identity dimensions of citizens of Ardabil city. *Cultural and Communication Studies*. Online. (In persian)
- Ebrahimi, Z., Hejazi, S. N., & Chitsaz, M. A. (2022). Investigating the role of cyberspace in the formation of a new communication culture and social identity *Shushtar Social Sciences*. 16(4): 23-38. (In persian)
- Farhadi-Mohali, A. (2011). Analytical study of the phenomenon of globalization with a focus on the field of culture. *Strategic Studies of Public Policy*. 2(5): 63-96. (In persian)
- Finfgeld D. L. (2003). Meta synthesis: The state of the art—so far. *Qualitative Health Research*, 13, 893-904. [Link].
- Ghasemi, V. (2014). The Impact of Facebook Social Network on the Cultural Identity of Youth in Isfahan, *Iranian Cultural Research Quarterly*, 7(1): 1-28. (In persian)
- Giddens, A. (2019). *Sociology*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Nei Publishing. (In persian)
- Hezarjaribi, J., & Marvati, N. (2010). The impact of ethnic inequality on national security. *Quarterly Journal of Political and International Research*. 4(3): 91-117. (In persian)
- Jahani, D., Ezzati, A., & Nami, M. (2017). The extent of the impact of cultural, social and economic components on the convergence of the people of the Kurdish provinces of Iran. *National Studies*. 18(1): 53-67. (In persian)
- Kabiri, A., Saadati, M., & Ghasemi, E. (2019). Investigating the Role of Virtual Social Networks in Explaining Students' Political Awareness. *New Media Studies*. 5(19): 231-260. (In persian)
- Kamali, Y. (2017). Metasynthesis Methodology and Its Application in Public Policy-Making. *Politics*. 47(3): 721-736. (In persian)
- Kayhan, A., Forghani, M. M., & Mozaffari, A. (2019). The role of mobile social networks in the reproduction of ethnic identity of Kurdish students at Tehran universities, *Quarterly Journal of New Media Studies*. 4(18): 97-127. (In persian)
- Kayhan, M., Malekian, N., & Mirzakhani, A. (2020). The impact of social media on the ethnic identity of Turkish and Kurdish students at Qom Seminary. *Cultural and Social Knowledge*. 12(1): 101-124. (In persian)

- Kiani, M., & Najafi, S. (2018). Social Trust and Social Identity; Rethinking the Social Identity of Educated Women Studied at Tabriz University. *Women and Society*. 9(2): 275-294. (In persian)
- Mehdizadeh, S., & Khayla, Z. (2013). Mobile phones and social relations. *Quarterly Journal of Cultural and Communication Studies*. 9(32): 99-117. (In persian)
- Mirzaei, S. A., & Eidi, M. (2020). Nationalism, ethnicity and ethnocentrism, a case study of Bojnourd city. *Cultural Society Studies*. 11(1): 125-159.
- Mohammadpour, A., Naqdi, A., & Nadernejad, B. (2010). The impact of satellite on cultural identity in Iranian Kurdistan; A case study of Kurdish students at Sanandaj universities. *Journal of Kerman University of Medical Sciences*, (4), 131-156. (In persian)
- Mohammadzadeh, H., Shadro, M., & Rafifar, J. (2012). Social factors related to cultural ethnocentrism among Iranian Kurds. *Social and Cultural Strategy* 1(3): 75-96. (In persian)
- Naderi, A., & Rustakhiz, B. (2017). Cyberspace and Ethnic Identity Dynamics (Case Study: Baloch Intellectuals and Civil Activists). *International Journal of Media*. 12(2): 130-152. (In persian)
- Nemati Sogoli-Tepeh, F., Salehi, K., Rahimi, F., & Khaledian, M. (2020). Components of Marital Quality of Life: A Meta-Synthesis Study. *Family Counseling and Psychotherapy*. 10(29): 45-68. (In persian)
- Nikbakhsh, B. (2023). The negative effects of social media on adolescents' social identity from a social worker's perspective. *Cultural and Communication Studies*. Online. (In persian)
- Nouri, S., Hallajzadeh, H., & Shenava, M. (2018). Investigating the Relationship between the Use of Social Networks and Students' National Identity (Case Study: Payam Noor University of Rasht). *Hormozgan Cultural Research Journal*. 10(15): 8-31. (In persian)
- Rahbar Qazi, M., Hatami, A., & Abbasi, A. (2018). The relationship between virtual social networks and the transformation of collective identities (with emphasis on religious, national and modern identity). *Majles and Strategy*. 25(95): 33-58. (In persian)
- Sandelowski, M., & Barros, J. 2007. Handbook for synthesizing qualitative research. *Springer publishing company Inc*. [Link].
- Sarkhil, B. (2019). Media and Discursive Power with Emphasis on the Islamic Revolution. *Political Research of the Islamic World*. 9(3): 177-205. (In persian)
- Shafieinia, A. (2015). Consequences of virtual social networks (case study of national identity and ethnic identity of Kurds). *Political Research*. 5(13): 63-86. (In persian)
- Shayesteh, L., Esmaili, R., & Mohammadi, A. (2020). Investigating the effect of ethnic identity and cultural intelligence on the national identity style of youth. *Health-centered lifestyle*, 4(4): 216-233. (In persian)
- Vatani, S., & Saei, M. (2014). Investigating the relationship between the level of use of new media (Internet) and the level of adherence of the young generation to social values (with emphasis on the study of students of Islamic Azad University, Tabriz and East Azerbaijan Science and Research Branches). *Sociological Studies*. 5(18): 27-46. (In persian)
- Yazdkhasti, B., Adlypour, S., & Keikhai, E. (2013). The public sphere and dialogue in the virtual space of social networks (Investigating the impact of virtual social networks on dialogue between cultures), *Journal of Culture and Communication Studies*. 14(21): 80-98. (In persian)
- Zandiyeh, Z., & Khaniki, H. (2019). Designing a model of the diverse functions of virtual social networks in intercultural ethnic communication. *Communication Research (Research and Evaluation)*. 26(1): 9-40. (In persian)
- Zimmer L. 2006. Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of Clinical Nursing*. Vol 53, No 3, pp: 311–318. [Link]. [persian].

Research Paper

Structural Conflicts in the Library Sphere and the Role of Science Promotion in Iranian Public Libraries

Farid azizy¹, Kamal Khalegh Panah², Hamid azizy³

Received :April. 28,2022 , Accepted:Aug. 22,2022

Abstract

This study aims to describe and analyze structural conflicts within the library sphere and the role of science promotion in Iranian public libraries. Our assumption is that, due to sociological factors, public libraries face multiple obstacles in the process of advancing science communication. The theoretical claim of this paper is that structural conflicts within the Iranian library sphere have seriously challenged the position of science promotion in public libraries. The research first examines higher-level policy documents related to the role of public libraries in science communication to determine the place of science popularization in Iran's library landscape. Following this, a more critical question is raised concerning the main barriers to science promotion within the public library system. Based on the findings, structural problems such as the "lack of a fundamental strategy to address issues and structural conflicts, the absence of an appropriate approach for implementing science communication discourse in national media, the violation of distributive justice in library services, and the marginalized position of public libraries" have seriously undermined the role of science promotion in Iranian public libraries.

Keywords: Public libraries, lifelong learning, science promotion, scientific literacy, structural conflicts

1 Ph.D. Candidate in Communication Sciences, Department of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author): f_azizy@atu.ac.ir

2 Associate Professor, Department of Sociology, University of Kurdistan:
kkhaleghpanah@gmail.com

3 Ph.D. Candidate in Communication Sciences, Department of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran: H_azizy@atu.ac.ir